

углерода металлургическими предприятиями / Ю.Н. Чесноков, В.Г. Лисиенко, А.В. Лаптева // Металлург, 2012, № 12. С. 34 – 37.

4. Лисиенко В. Г. Анализ энергоемкости и эмиссии CO<sub>2</sub> при различных сочетаниях коксовых и бескоксовых процессов с производством стали / В.Г. Лисиенко, Ю.Н. Чесноков, А.В. Лаптева // Металлург, 2015, № 6. С. 34 – 37.

**Мельникова С.В., Коробейникова И.А.**  
*Уральский федеральный университет,  
г.Екатеринбург  
meln-svetlana@mail.ru*

## **НУЖНО ЛИ УНИВЕРСИТЕТУ «ТРЕТЬЕ МЕСТО»?**

*Coffee shop is the kind of the “third place”. UrFU needs in it. There is public sphere for intellectual communication. It hasn’t regulation of client’s status as other places. It matches the style of life of “creative class”.*

«Третье место» — особое пространство современного города, где человек может чувствовать себя комфортно, общаясь в неформальной обстановке. Это не дом («первое место») и не работа («второе место»). К числу «третьих мест» относят кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и т.д., те места, куда горожанин приходит, «сбрасывая» давление большого города: «Общение в третьем месте поднимает настроение благодаря свободе самовыражения, которую оно поощряет. Это свобода от обязательств, стилей и манеры поведения, навязанных социальными ролями» [2, с.112]. Согласно социологу Р.Ольденбургу «Третье место — исконно народное лекарство от стресса, одиночества и отчуждения» [2, с.62].

Мельникова С.В., Коробейникова И.А. Нужно ли университету «третье место»?

Считается, что понятие «третье место», а также и «философия» современной кофейни, сочетающей безалкогольную среду общения с благожелательной атмосферой заведения и безусловным комфортом, обязаны своим появлением Говарду Шульцу, открывшему в 1985г. кофейню Starbucks. Сегодня это огромная сеть кофеен, у которой сформировалось множество поклонников, любителей интеллектуальных бесед и кофе. Одна из них — Джоан Роулинг, в Starbucks написавшая большую часть «Гарри Поттера» [5], и подтвердившая, как важно для творческого процесса удачно найденное место.

Из всего перечня мест неформального общения именно кофейни являются тем пространством, которое предназначено для беседы и удовольствия одновременно. В кофейнях не ссорятся и не кричат, как в барах, не напрягают тело физически, как в фитнес-центрах, не получают процедуры, как в салонах красоты. В кофейню приходят, чтоб мирно беседовать, читать или сочинять, общаться в сети, обсуждать мировые проблемы или решать деловые вопросы за чашкой кофе или чая. Это публичное пространство.

Исторически появившись в Стамбуле (Константинополе) в XIV в., настоящую популярность кофейни приобрели в начале XVIII в. в Англии. Именно в это время здесь, согласно Ю.Хабермасу, формируется «буржуазная публичная сфера» [6], когда представители гражданского общества заявляли о своих интересах и формировали общественное мнение. Вот описание такого публичного пространства, кофейни Button's в Лондоне, открытой интеллектуалом, основателем и редактором журнала The Spectator Джозефом Аддисоном: «Там его навещали многие знаменитые политики и писатели, в т.ч. Ричард Стил, Александр Поуп и Джонатан Свифт. Дискуссии были открыты для всех, а на двери был даже прибит почтовый ящик в виде львиной головы, куда любой прохожий мог опустить предлагаемую в журнал статью».[3, с.302]. В городской кофейне люди самого разного происхождения могли встречаться и беседовать на равных, тут впервые в истории создавались предпосылки для проговаривания «общественного мнения», тут «искусство свет-

ской беседы превратилось в критику, а остроумие — в аргументы» [6, с. 31].

Особую популярность кофейни приобрели в университетских Оксфорде и Кембридже [2, 281]. Здесь их часто называли «грошовым университетом». «Ровно один пенни стоил доступ к собранию литературных и интеллектуальных новинок. Два пенса стоила чашка кофе, трубка — пенни, газета — бесплатно», — свидетельствует Р.Ольденбург [2, с.282]. Однако интеллектуальная среда кофейен была настолько мощной, что здесь можно было получить хорошее образование, просто сидя за чашкой кофе.

Приоритет третьих мест свидетельствует не столько об уровне, сколько о стиле жизни горожанина. Стиль жизни демонстрирует форму бытия человека в мире, его привычную деятельность, убеждения, интересы. Стиль жизни определяет потребительские приоритеты, выбор специфических услуг. Кофейню не будет посещать индивид, привыкший к серьезным физическим нагрузкам, и нуждающийся в серьезной рекреации. Это «лишнее» место, не предназначенное для обеда или сна. Однако по статистике, более 50% населения крупных российских городов посещают кофейни минимум один раз в неделю [4]. Сегодняшний интерес горожан к кофейням демонстрирует склонность к свободным интеллектуальным средам общения.

Екатеринбург сегодня лидирует среди других городов-миллионников по количеству кофейен [1]. Этот факт косвенно свидетельствует о росте той части горожан, которая по своему жизненному стилю нуждается в кофейнях.

Уральский Федеральный университет — самое крупное и мощное высшее учебное заведение города, где очевидна концентрация «креативного класса», мыслителей. Однако в УрФУ до сих пор нет ни одной кофейни. Столовая — не место для интеллектуальных споров, обед — дело серьезное. Библиотека могла бы быть таким местом, но там нельзя мешать читателям разговором. Мы провели небольшое социологическое исследование молодежной аудитории УрФУ, чтобы выяснить, где молодые люди предпочитают общаться.

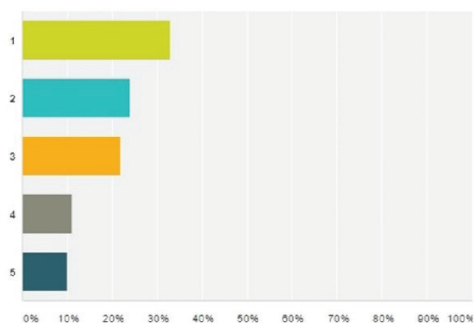
В опросе приняли участие свыше 100 респондентов, в

числе которых студенты и преподаватели УрФУ (79% женщин и 21 % мужчин, преимущественно от 18-24 лет). Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что большинство студентов предпочитает проводить свободное время в кофейнях или чайных (43%), придает большое значение интерьеру и оформлению данного заведения (93%). Одним из важных аргументов при выборе того или иного места для отдыха, являются приятные цены (82%), уютная атмосфера(79%). Хороший сервис с достойным выбором десертов (46%) тоже немаловажен. Студент готов оставить за все выше перечисленное от 250-500 рублей (59%).

Последний вопрос расставил все на свои места, благодаря ему выяснилось, что большинство опрошенных респондентов считает, что в стенах вуза нет мест для отдыха и неформального общения между студентами и преподавателями (79%). (Рис.1)

Оцените наличие мест для отдыха и неформального общения в стенах ВУЗа

Ответили: 100 Пропустили: 0



Варианты ответа	Ответы
1	33,00% 33
2	24,00% 24
3	22,00% 22
4	11,00% 11
5	10,00% 10
Всего	100

Рисунок 1

Открытие своей, университетской кофейни отнюдь не только создаст уютное и комфортное пространство для спокойного отдыха и размышлений за чашкой напитка. Наличие кофейни как «третьего места» позволит расширить университетское публичное пространство, где смогут в непринужденной обстановке встречаться и обсуждать насущные темы представители разных специальностей. Это важно и для города, ибо его человеческий капитал растет в университетах.

#### Библиографический список:

1. АЦ Эксперт: Эксперт Урал. [Электронный ресурс] Режим доступа <http://www.acexpert.ru/news/ekaterinburg-lider-po-kolichestvu-kofeen-sredi-mi.html> (Дата обращения 20.11.2015).
2. Ольденбург Р. Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / пер. с англ. А. Широкаковой. — М.: НЛО, 2014. — 456 с.
3. Стил К. Голодный город: Как еда определяет нашу жизнь. М.: Strelka Press, 2014. — 456 с.
4. Чернов А. Кофейни. // В мире роскоши. Luxurynet.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.luxurynet.ru/restaurant/5650.html> (Дата обращения 08.03.2016).
5. Шульц Г., Йенг Д.Д. Влейте в нее свое сердце, Как чашка за чашкой строилась Starbucks : пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер. 2005. — 288 с.
6. Habermas I. The Structural Transformation of the Public Sphere. Cembidge: Polity Press 1992 P. 89-102.